

# 中国婴幼儿奶粉市场中的“海淘”现象分析

文 / 芦丽静<sup>1, 2</sup> 单海鹏<sup>1</sup>

( 1 河北经贸大学商学院; 2 福建厦门大学经济学院 )

**摘 要:** 2008年以来, 国产婴幼儿奶粉的质量安全事件频发, 国产奶粉的消费者信心十分低迷。从2012年开始, “海淘”作为一种全新的海外购物模式在中国急剧升温, 其中, 消费者对于婴幼儿奶粉的“海淘”热情最为高涨。基于此, 本文对婴幼儿奶粉“海淘”现象的主体、出现的根本原因及带来的消极影响进行了详细的分析, 并就如何规范婴幼儿奶粉的“海淘”行为提出了切实可行的政策建议。

**关键词:** 海淘; 质量安全; 消费者信心

## The Analysis on the “Overseas Shopping” Phenomenon in China Infant Formula Market

LU Li-jing<sup>1,2</sup> SHAN Hai-pen<sup>1</sup>

( 1 The Accounting Institute of Hebei Economics and Trade University; 2The School of Economics, Xiamen University )

**Abstract:** Since 2008, quality accident of domestic infant formula brands has happened frequently, the consumer confidence on domestic brands is very low. As a new kind of business model, “overseas shopping” has risen sharply from 2012, and Chinese consumers willingness to buy is infant formula product. Regarding to the phenomenon of “overseas shopping”, this paper were analyzed the reasons why Chinese consumers prefer to buy formula products in overseas market, and stated that negative consequences may effected by a large amount of “overseas shopping”. Furthermore, some feasible policy suggestions are put forward to solve quality problems and restore consumer confidence.

**Key words:** overseas shopping; quality safety; consumer confidence

“海淘”是海外购物的俗称, 即消费者利用先进的互联网获取海外商品的销售信息, 利用双币种或者多币种的信用卡完成网络支付并委托购物网站或专业转运公司将商品运输至目的地的购买方式。通过这种购买途径, 消费者可以不用跨出国门, 甚至足不出户就可以实现对全世界心仪商品的购买。从2012年开始, “海淘”作为一种全新的商业模式在中国急剧升温, 越来越多的年轻人成为“海淘”一族, “海淘”的产品囊括了食品、服装、数码等许多消费领域, 但最为引入关注的是中国消费者对于海外婴幼儿奶粉的疯狂购买。基于此, 本文分析了中国婴幼儿奶粉市场中“海淘”的主体, 并对“海淘”现象产生的根本原因和对中国婴幼儿奶粉市场的影响进行了深入的探讨, 进而就规范“海淘”行为提出了切实可行的政策建议。

## 1 婴幼儿奶粉的“海淘”主体

与其它商品的“海淘”程序相同, 婴幼儿奶粉的“海淘”者需要以互联网和便捷的境外支付手段为技术支持, 同时具备一定的外语交流能力。因此, 在我国, 能够“海淘”婴幼儿奶粉的主体多为年轻的“80后”, 他们或出于对婴幼儿奶粉的直接需求, 或出于盈利的目的加入了“海淘”的大军。具体而言, 婴幼儿奶粉的“海淘”者主要由2种群体构成。一种是婴幼儿奶粉的直接需求群体, 主要是由一部分新生儿家庭组成, 他们出于多种原因不愿意购买国产奶粉品牌或国内经营的进口奶粉品牌; 一种是以盈利为目的的婴幼儿奶粉代购群体, 主要由海外留学人员或定居人员、海外的转运公司和专业婴幼儿奶粉的海外代购群体构成。一般而言, 海

外留学人员或定居人员主要是利用自身在海外的便利条件, 兼职或全职代购婴幼儿奶粉; 海外转运公司在为婴幼儿奶粉的直接购买者提供转运服务的同时, 也会购买一部分奶粉以应付补换货之需。其中, 最为庞大的是专业的婴幼儿奶粉代购群体, 他们采用网站订购、实体店购买等方式大批量购入海外生产的婴幼儿奶粉并转手卖给国内的需求者以牟利。淘宝网、京东商城及国际妈咪等购物网站已经成为他们主要的销售平台。



## 2 婴幼儿奶粉市场“海淘”现象出现的根本原因

婴幼儿奶粉市场的“海淘”现象是我国特有的一种消费现象, 是我国国产奶粉的低质量与居民日益提高的消费能力产生矛盾的必然结果。作为年轻的父母群体, 国内的“80后”具备丰富的互联网知识、较高的外语水平以及先进的跨境支付手段, 这为“海淘”现象的出现提供了技术保证。具体而言, “海淘”现象出现的根本原因主要有以下3个方面:

### 2.1 国内消费者对国产奶粉的质量缺乏信任, 消费信心低迷

国内消费者对于婴幼儿奶粉具有旺盛的需求。2012年, 我国境内婴幼儿奶粉的销量达到了19.7万吨, 国产奶粉的市场份额不足50%。这主要是因为消费者对国产奶粉的质量缺乏基本的信任。2008年的三鹿牌“婴幼儿奶粉事件”是国产奶粉品牌出现的最为严重的质量安全事件, 而之后发生的一些质量安全事件又对消费者尚未恢复的信心产生了巨大的冲击。尽管国家自2008年以来密集出台了一系列政策、措施以“提高乳粉质量水平, 提振消费者信心”, 但市场反应不佳, 消费者对国产奶粉继续持观望态度, 大批消费者仍以洋奶粉为消费首选, 这其中的一部分消费者出于各种考虑选择“海淘”奶粉。通过对海外转运公司及网络销售数据初步计算, “海淘”的婴幼儿奶粉数量已经超过了8万吨, 占我国婴幼儿奶粉市场总销量的30%以上。

### 2.2 “海淘”者偏好进口奶粉的高质量及配方

我国庞大的婴幼儿奶粉市场也吸引着国际乳业大品牌纷纷进军中国市场。2012年, 美赞臣、多美滋、惠氏及雅培四大洋奶粉品牌的市场份额分别为12.3%、11.7%、11%和7.7%, 已经占据了我国奶粉市场的半壁江山。但是, 依然有相当数目的消费者选择“海淘”奶粉。究其原因, 第一是因为国内的洋奶粉品牌大多是以大包乳粉的方式报关进口, 并在国内进行分装, 再加工成婴幼儿奶粉, 消费者担心长时期的远洋运输会对奶粉质量产生实质性影响; 相反, “海淘”并通过国际空运直邮可以让消费者以最快的速度获得最为新鲜的奶粉。第二是为了满足我国对婴幼儿奶粉的营养配比标准, 洋奶粉在配方上也作了适应性调整。例如, 国内市场销售的美赞臣、美素等洋奶粉品牌更多地添加了蔗糖和香兰素, 以更加香甜的口感让婴儿容易接受, 并提供给婴儿更多的能量。但考虑到添加剂、高糖饮食带来的潜在性危害, 许多年轻的父母偏好为孩子选择原产于欧洲的低糖、口味清淡、无添加剂的奶粉。可以说, 对海外奶粉高质量及配方的偏好成为国内消费者“海淘”奶粉的又一强大推动力。

### 2.3 “海淘”奶粉有巨大的价格优势

婴幼儿奶粉是婴幼儿必须依赖的食品, 消费者对婴幼儿奶粉的需求是极其缺乏弹性的, 但国内消费者对国产奶粉的质量缺乏信心。正因为如此, 国内市场的进口奶粉品牌频繁涨价以获取暴利。以合生元为例, 在国家

发改委发起反垄断调查之前,900 g罐装奶粉的售价最低为218元,最高为460元左右;但是消费者从英国“海淘”的APTAMAIL(爱他美)900 g或800 g罐装的售价只有9英镑,即使用国际EMS的直邮服务送货到家,单价也仅有150元左右,从德国、荷兰及新西兰“海淘”的奶粉也大致保持在此价位。可见,“海淘”奶粉与国内销售的进口品牌奶粉相比,具有巨大的价格优势,这也是消费者热衷“海淘”奶粉的重要诱因。

### 3 “海淘”现象带来的影响

国内消费者对“海淘”婴幼儿奶粉的热情日益高涨,2013年3月香港“限奶令”颁布后,国内对“海淘”奶粉的需求出现了巨大的缺口,中国消费者的购买能力让全世界的奶粉供应骤然紧张,造成了其它国家特别是欧洲国家奶粉生产的压力。除此之外,“海淘”现象还产生了其它的影响,主要体现在以下4个方面:

#### 3.1 对国内奶粉的销售构成巨大的压力和冲击

目前,以“海淘”方式进入我国市场的奶粉数量尚无明确的统计,但根据最大的网络销售平台“淘宝网”及最大的海外转运平台“海外E购”网站的估算,2012年“海淘”奶粉的规模保守估计在8万吨以上,如此大规模的“海淘”奶粉占据了奶粉市场30%左右的份额,基本上等于美赞臣、多美滋、惠氏3家奶粉生产巨头的市场份额总和。这对国内其它品牌的奶粉特别是国产奶粉的销售构成了巨大的压力和冲击。更为关键的是,“海淘”奶粉无论是在价格上还是在质量上都具有国产奶粉不可比拟的优势,如果“海淘”奶粉的规模进一步扩大,提振消费者对于国产奶粉的信心将更加艰难。

#### 3.2 “海淘”消费者的权益无法得到保证

首先,从包装上看,国外的婴幼儿奶粉多为纸罐装,不适合进行国际长途货运。因此,如果出现“爆罐”现象,“海淘”消费者将遭受严重的经济损失。目前,一部分转运公司根据奶粉包装的破损程度能给予消费者一定的赔偿,但需要消费者提供相关的证据(如录制相关的开箱视频、要求快递人员签字等),但如果消费者与“海淘”代购者或转运公司出现纠纷,并没有相关的第三方介入以保证“海淘”消费者的权益。其次,

消费者并不是对“海淘”奶粉完全放心。一个普通的“海淘”消费者并没有足够的辨别能力以确定“海淘”奶粉的真伪,奶粉代购群体以一个月几千箱的速度向国内消费者转卖“海淘”奶粉,但无法说明其购货来源。正如淘宝网上轰动一时的“公主均匀”事件,其代购的“牛栏”品牌的婴幼儿奶粉月销售量达到了15 000罐,引起了消费者对于其奶粉品质的强烈质疑,但无论是消费者还是销售者都拿不出有力的证据证明奶粉的真伪。最后,如果产品质量存在瑕疵,厂家实行召回机制的话,国内的“海淘”消费者因为不能提供明确的购买途径是无法享受到这一权益的。2013年8月的新西兰恒天然“疑似肉毒杆菌”事件中,多美滋、雅培、可瑞康都启动了产品召回机制或制定了相关的退换货制度,如果“海淘”消费者想要享受这一权益,需提供奶粉的购买小票并参加销售地的产品召回机制,其难度可想而知。

#### 3.3 严重影响了中国消费者的海外形象和信誉

国内消费者对“海淘”奶粉的热情催生了庞大的海外代购群体,他们以网络订购、人工扫货的方式大批量购买欧洲、新西兰及香港市场的奶粉,导致这些区域的奶粉供应日趋紧张,甚至许多本国(地区)居民都不能购买到奶粉,从而对来自中国内地的消费者颇有怨言。另外,许多欧洲国家的婴幼儿奶粉因为政府给予福利补贴,所以售价相对便宜,他们当然不希望给予本国居民的福利补贴为外国人所占用。也正因为如此,香港实行了“限奶令”,新西兰、荷兰、德国等国家也均实施了明确的限购制度或者拒绝用亚洲地区的信用卡对奶粉进行支付。随着“海淘”群体的不断扩大,抢购奶粉时中国消费者的不文明行为时有发生,引发了这些国家对中国消费者的反感日益强烈,严重影响了中国消费者的海外形象和信誉,也与中国国际地位十分不符。

#### 3.4 为我国海关带来沉重的清关压力

“海淘”的婴幼儿奶粉一般以原装装箱方式通过国际邮政快递运抵我国境内,每个消费者一般一次购买1箱或2箱,由于收货地址非常分散,如此大的邮包入境量为我国各地的海关带来了沉重的清关压力。以南京和上海海关为例,每天经南京海关入境的奶粉就高达百箱;而上海海关每天处理的欧洲线路邮包中,六成为“海淘”



的奶粉。如果“海淘”的婴幼儿奶粉数量进一步上升,将导致大量的婴幼儿奶粉的清关时间延长,进而扰乱其它进境商品的正常清关程序。另外,婴幼儿奶粉的保质期一般为一年到一年半,如果清关时间过长,将影响奶粉的品质,对“海淘”消费者的权益也是一种损害。

## 4 规范婴幼儿奶粉“海淘”行为的政策建议

尽管“海淘”婴幼儿奶粉给我国乳业的整体发展、海关的管理及其它国家的市场秩序造成了一定的消极影响,但我们必须看到,婴幼儿奶粉“海淘”现象的持续升温是消费者出于自身利益最大化的理性选择,是对国产婴幼儿奶粉产生不信任之后“用脚投票”的结果。因此,规范婴幼儿奶粉“海淘”行为的政策“宜疏不宜堵”,在尊重消费者选择的同时,加强监管,提高国产婴幼儿奶粉的质量以改变消费者的选择偏好,将婴幼儿奶粉的“海淘”规模限制在一个较为合理的范围。具体而言,规范婴幼儿奶粉的“海淘”行为应从以下几个方面入手:

### 4.1 尽快出台针对婴幼儿奶粉“海淘”行为的监管政策

目前,我国针对婴幼儿奶粉“海淘”行为的监管基本上处于空白状态。仅在2012年3月规范了邮包入境的新手续,将海外转运公司的业务进行了限制,也提高了消费者“海淘”的成本,但对于规范婴幼儿奶粉“海淘”行为所起的作用微乎其微。2013年5月的国务院常务会议提出“加快制定网上销售婴幼儿奶粉的监管制度”,但相关的监管制度目前并没有出台。笔者认为,监管婴幼儿奶粉的“海淘”行为主要是对大批量购买婴幼儿奶粉的代购群体及海外转运公司的购买过程及运输过程实施监管,必要时需要在奶粉输出大国如荷兰、德国、英国及新西兰设立调查组,以规范代购群体及海外转运公司的经营行为,从源头上杜绝假冒伪劣产品的产生。

### 4.2 建立专门的奶粉品质鉴别中心,解决“海淘”消费者的后顾之忧

对于普通消费者而言,没有技术条件和资金实力来

鉴别“海淘”奶粉的真伪,网络上也屡屡爆出“假报关单”,“华人在海外制售假奶粉”的负面新闻,消费者对奶粉代购者和海外转运公司的信任也是十分有限的。因此,我国建立专门的奶粉品质鉴别中心非常有必要。政府应主动定期公布对主要销售网站(如淘宝网、京东商城)销量较大的“海淘”奶粉的品质鉴别结果,一方面面对销售伪劣奶粉的不法商贩以震慑,以重整“海淘”奶粉的网络销售秩序,净化网络销售环境;另一方面也让消费者切实感受到国家对于国产奶粉问题的重视程度,从整体上提振消费者对奶粉的消费信心。

### 4.3 完善国产婴幼儿奶粉质量监控体系及信息披露制度,重塑消费者信心

“海淘”婴幼儿奶粉只是在不信任国产奶粉质量的情况下一个无奈的选择。提高国产婴幼儿奶粉质量,重塑消费者信心才是解决婴幼儿奶粉“海淘”热的最根本办法。提高消费者对于国产婴幼儿奶粉的信任度应该从以下2个方面着手:第一,国内乳品企业应实行供应链的“全链”管理。目前国内各大乳品企业重点强调的是供应链的“后链”部分,而对“前链”的关注不够。如果“前链”无法得到有效的管控,消费者对国内乳品企业的奶源质量不信任,再先进、再完善的“后链”管理都不能提振消费者信心。第二,应建立完备的信息披露制度。完备的信息披露制度是重塑消费者对国产奶粉市场信心的关键,信息披露包括3个方面,分别是对于供应链“全链”管理的信息披露、对于质量安全事件的信息披露、对于政府质量监管体系的信息披露。对于供应链“全链”管理的信息披露,即国内乳品企业应向消费者详细披露其生产婴幼儿配方奶粉产品的奶源地,奶源地牧场的管控制度,奶牛的药物管理制度以及鲜奶到奶粉的转化时间控制和相应的物流管理制度等生产内容。对于质量安全事件的信息披露,即质量安全事件出现后,企业如何能及时自纠,如何能在第一时间向消费者披露信息以及如何启动市场召回机制等。对于政府质量监管体系的信息披露,即政府不仅要履行质量监管的责任,还要建立及时的信息传递机制,向消费者传递质量监管的信息,让消费者政府对政府做了什么,做到何种程度有充分的了解。■

(收稿日期:2013-12-02)